



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

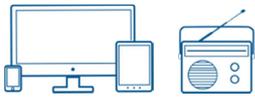
Étude d'impact des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique en bande III à l'échelle locale sur le fondement de l'article 31 de la loi du 30 septembre 1986

Périmètre :

Limoges étendu ; Limoges local

Version soumise à consultation publique

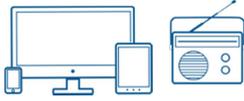
Mai 2019





Sommaire

1.	Introduction	5
2.	Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact	7
3.	Description de l'allotissement étendu de Limoges et de l'allotissement local qui y est inclus	8
3.1.	Présentation des allotissements	8
3.2.	Identification des zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Limoges	10
4.	Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu de Limoges	11
4.1.	Description des offres radiophoniques locales	11
4.2.	L'audience des radios autorisées	14
➤	Zone de Limoges	14
➤	Zone de Brive-la-Gaillarde	15
4.3.	L'apport du DAB + dans ces zones	16
5.	Les caractéristiques des marchés publicitaires locaux concernés	18
5.1.	Étude du marché publicitaire de la zone de Limoges	19
➤	Volume global du marché publicitaire local	19
➤	Répartition par média	19
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales	20
5.2.	Étude du marché publicitaire de la zone de Brive-la-Gaillarde	21
➤	Volume global du marché publicitaire local	21
➤	Répartition par média	22
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales	23
5.3.	L'impact du déploiement du DAB+ sur ces marchés publicitaires	23
6.	La santé financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les différents marchés publicitaires locaux au sein de l'allotissement étendu de Limoges	25
7.	Conclusion	28



Remarque

Les informations couvertes par le secret d'affaires ou celles pour lesquelles le Conseil supérieur de l'audiovisuel ne dispose pas du droit de publication figurent entre crochets :

- certaines informations sont complètement occultées : elles sont alors remplacées par [...];
- des informations chiffrées sont partiellement occultées : leur valeur est alors remplacée par un intervalle noté $[a ; b[$ qui signifie que la valeur occultée est supérieure ou égale à a et strictement inférieure à b . Lorsque la valeur occultée est un pourcentage, l'intervalle est noté $[a ; b[\%$: la valeur occultée est supérieure ou égale à $a \%$ et strictement inférieure à $b \%$.



1. Introduction

La présente étude, effectuée en application des dispositions de l'article 31 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, porte sur l'impact des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique en bande III qui seraient délivrées dans le cadre d'un appel aux candidatures dans les zones suivantes :

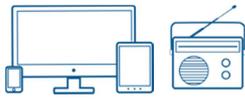
- Limoges étendu ;
- Limoges local.

Elle s'insère dans un ensemble d'études d'impact comprenant également :

- une étude d'impact à l'échelle métropolitaine, qui vise à mesurer au niveau national l'impact du lancement des appels sur des allotissements de type étendu ou local. Cette étude, à laquelle la présente étude peut faire explicitement référence, a été publiée sur le site internet du Conseil le 19 avril 2016 et actualisée par le complément n° 1 adopté par le Conseil le 24 mai 2017, par le complément n° 2 adopté par le Conseil le 21 février 2018 et par le complément n° 3 adopté par le Conseil le 15 mai 2019 ;
- d'autres études d'impact à l'échelle locale portant sur les zones suivantes : Caen étendu, Caen local, Le Mans étendu, Le Mans local, Clermont-Ferrand étendu, Clermont-Ferrand local, Amiens étendu, Amiens local, Metz étendu, Metz local, Nancy étendu, Nancy local, Reims étendu, Reims local, Troyes local, Rennes étendu, Rennes local, Angers étendu, Angers local, Brest étendu, Brest local, Montpellier étendu, Montpellier local, Perpignan étendu, Perpignan local, Nîmes étendu, Nîmes local ;
- une fiche détaillant la méthode suivie par le Conseil pour l'évaluation de l'impact à l'échelle locale.

Les missions du Conseil et le contexte dans lequel la présente étude d'impact prend place sont rappelés dans l'introduction de l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine : cette introduction fait partie intégrante de la présente étude.

Après le rappel de l'influence du niveau d'équipement en récepteurs DAB+ sur l'évaluation de l'impact de la délivrance d'autorisations d'exploiter des services de DAB+, la correspondance entre, d'une part, l'allotissement étendu et l'allotissement local dans le périmètre de la présente étude et, d'autre part, les zones géographiques FM existantes est présentée. Pour chacune de ces zones, le paysage radiophonique est décrit (répartition des services entre radios du service public et radios privées, d'une part, répartition des services privés par catégorie d'autre part) et les résultats d'audience des principales radios indiqués. Le marché publicitaire de certaines de ces zones puis la santé financière des opérateurs radiophoniques sont ensuite analysés.



Compte tenu du périmètre de la présente étude, il est précisé, à titre liminaire, qu'un allotissement est une zone géographique délimitée par un contour fermé, associée à un canal (fréquence) en bande III. La couverture effective de l'allotissement dépend du choix des sites proposés par l'opérateur de multiplex ; le Conseil peut imposer une montée en charge progressive de la couverture des allotissements, par des taux de couverture définis dans l'appel et les autorisations. Pour couvrir l'allotissement, l'opérateur de multiplex est libre de choisir les sites de diffusion de son choix, sous réserve de respecter des contraintes de rayonnement, précisées lors de l'appel.

Deux types d'allotissements pourraient être mis en appel par le Conseil : un allotissement de type étendu et un allotissement de type local, étant précisé que l'allotissement étendu recouvre l'allotissement local.

En raison de ce recouvrement et de l'empreinte géographique limitée de la pige des marchés publicitaires locaux, les indicateurs économiques relatifs à l'allotissement étendu et à l'allotissement local sont présentés simultanément (au lieu de procéder à une analyse de l'impact au niveau de l'allotissement étendu puis au niveau de l'allotissement local).

A ces deux types d'allotissements – objets de la présente étude d'impact – s'ajoutent deux couches métropolitaines (constituées respectivement de 22 et 17 allotissements), pour lesquelles le Conseil a lancé un appel aux candidatures le 25 juillet 2018¹, conformément à la feuille de route 2018-2020 pour le déploiement du DAB+ qu'il a publiée le 27 décembre 2017. Dans le cadre de cet appel, le CSA a délivré des autorisations d'émettre, le 24 avril 2019, à dix-huit services de radio privés (*Air Zen, BFM Business, BFM Radio, Chérie FM, Europe 1, Fun Radio, Latina, M Radio, Nostalgie, NRJ, Radio Classique, RFM, Rire et Chansons, RMC, RTL, RTL 2, Skyrock et Virgin Radio*), auxquels s'ajoutent six radios du service public qui ont bénéficié, à la demande du Gouvernement, du droit de réservation prioritaire d'une part de la ressource radioélectrique (*France Inter, France Culture, France Info, France Musique, FIP et Mouv'*). Les émissions en DAB+ sur les couches métropolitaines pourront démarrer au premier trimestre 2020 et seront progressivement étendues au cours des années suivantes.

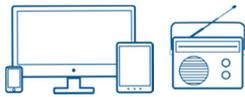
¹ Décision n° 2018-626 du 25 juillet 2018.



2. Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact

Dans l'étude d'impact de la poursuite du déploiement de la radio numérique terrestre à l'échelle métropolitaine publiée le 19 avril 2016 et actualisée par le Conseil le 24 mai 2017, le 21 février 2018 et le 15 mai 2019 (*cf.* documents intitulés « Complément n° 1 », « Complément n° 2 » et « Complément n° 3 » publiés sur le site internet du Conseil, www.csa.fr), le niveau de l'équipement des individus en récepteurs et de la consommation de la radio a été rappelé (*cf.* sections 2.3.1 et 2.3.2 de cette étude). Cette étude présente également le niveau d'équipement en récepteurs DAB+, qui demeure encore limité à ce stade, et les perspectives de développement du parc de ces récepteurs (*cf.* sections 4.2.2 et 4.2.3). Ces développements de l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine font partie intégrante de la présente étude.

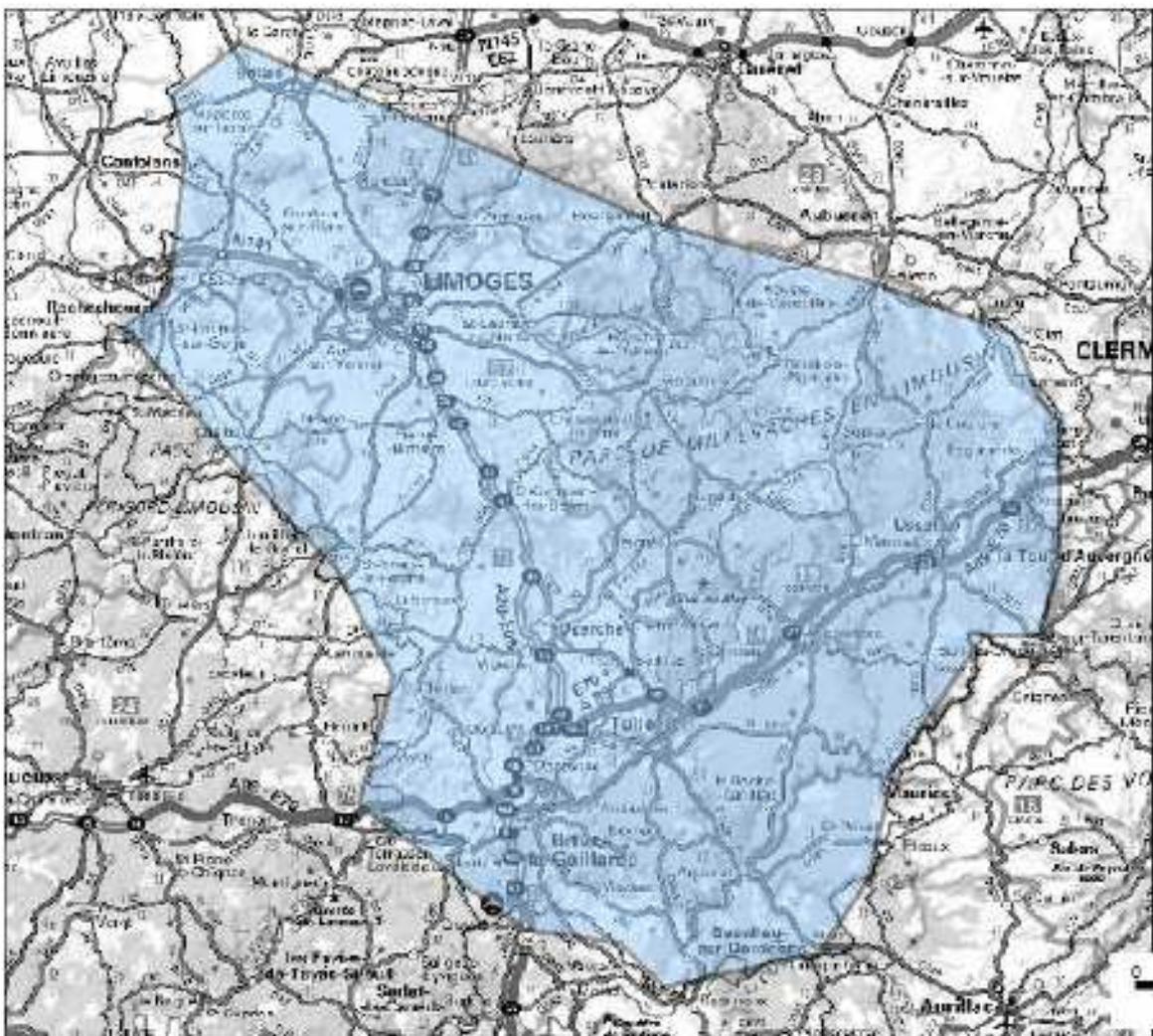
Quel que soit l'allotissement considéré, le niveau d'équipement en récepteurs compatibles avec le DAB+ demeure déterminant dans l'évaluation de l'impact au niveau local.

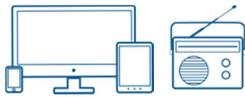


3. Description de l'allotissement étendu de Limoges et de l'allotissement local qui y est inclus

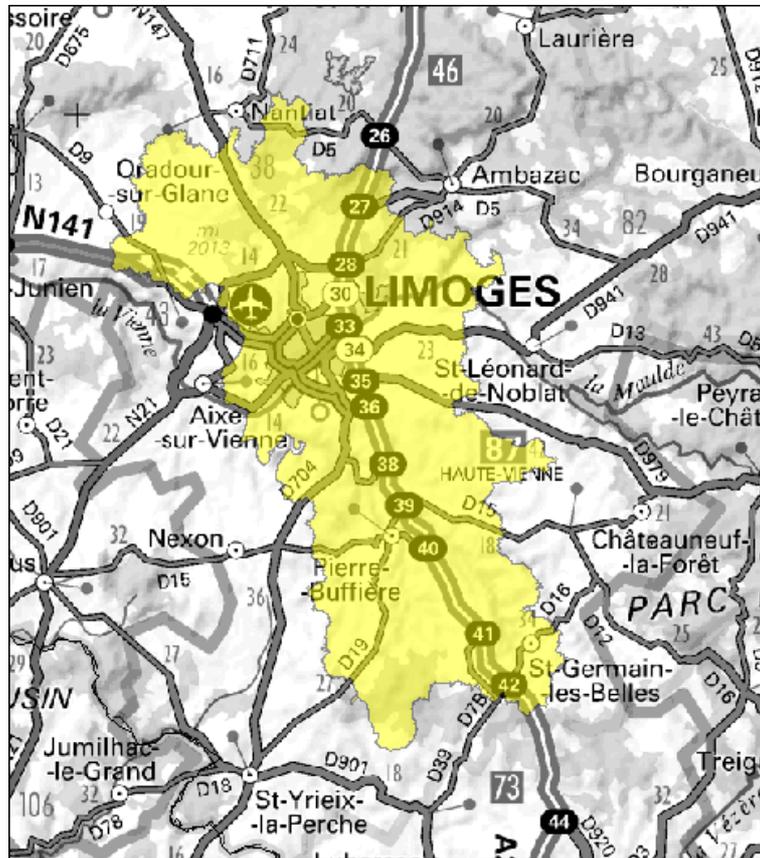
3.1. Présentation des allotissements

L'allotissement étendu qui serait mis en appel dans la zone de Limoges recouvre principalement les départements de la Corrèze et de la Haute-Vienne ainsi que la pointe sud-ouest du département de la Creuse, soit une population totale de 606 000 habitants environ.





Au sein de cet allotissement étendu, une zone correspondant à un allotissement local a été définie : le bassin de vie de Limoges tel que défini par l'INSEE².



² Bassin de vie 2012, composition communale des bassins de vie 2018, population des communes recensée en 2016 et entrant en vigueur au 1^{er} janvier 2019. 35 communes sont recensées au sein du bassin de vie de Limoges.



3.2. Identification des zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Limoges

19 zones géographiques FM, qui ont fait par le passé l'objet d'appels aux candidatures, sont identifiées au sein de l'allotissement étendu de Limoges³.

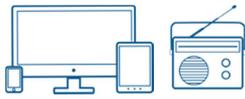
Parmi celles-ci, la zone de Limoges serait également couverte par un allotissement local. Cet allotissement local couvrirait environ 37 % de la population de l'allotissement étendu.

Zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Limoges	Population en 2015 ⁴	Nombre de radios FM autorisées
Limoges	183 347	33
Total allotissement local Limoges	226 614⁵	
Ambazac	5 639	8
Argentat	3 084	6
Arnac-Pompadour	1 135	5
Bellac	5 191	7
Bourganeuf	2 732	5
Brive-la-Gaillarde	75 329	23
Châlus	1 601	5
Egletons	4 274	6
Meymac	2 455	5
Meysac	1 294	5
Rochechouart	3 789	6
Royère-de-Vassivière	569	5
Saint-Junien	11 156	10
Saint-Yrieix-la-Perche	6 813	6
Terrasson-Lavilledieu	7 839	7
Tulle	21 196	19
Ussel	9 783	16
Uzerche	2 889	8

³ L'ensemble de ces zones sont comprises dans le ressort géographique du CTA de Clermont-Ferrand, à l'exception de la zone de Terrasson-Lavilledieu (CTA de Bordeaux).

⁴ Population de l'unité urbaine (unité urbaine 2010) ou de la commune telle que définie par l'INSEE.

⁵ La population totale de l'allotissement local de Limoges correspond à la population du bassin de vie de Limoges.



4. Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu de Limoges

La présente étude analyse l'offre radiophonique (répartition des services entre radios du service public et radios privées, d'une part, répartition des services privés par catégorie d'autre part) et l'audience des principales radios, lorsque des données sont disponibles, pour chacune des 19 zones géographiques FM potentiellement couvertes par l'allotissement étendu.

Il ressort de l'étude de ces paysages radiophoniques FM que le nombre de services de radio privés autorisés dans la plupart des zones est limité. En effet, seule la zone de Limoges dispose de plus de 20 radios privées tandis que 12 zones (soit 63 % des zones) ne bénéficient que de deux radios privées au plus. De même, si l'on prend en compte les radios du service public, les trois quarts des zones (soit 14 zones sur 19) bénéficient, au total, de moins de 10 radios. Seules deux zones disposent de plus de 20 radios publiques et privées : Limoges (33 radios) et Brive-la-Gaillarde (23 radios).

4.1. Description des offres radiophoniques locales

Cf. tableau page suivante.



Les offres radiophoniques FM locales

Nom de la zone	Nombre total de radios	Répartition des services entre radios du service public et radios privées				Répartition des services privés par catégorie									
		Radios du service public entendues		Radios privées autorisées		Cat. A		Cat. B		Cat. C		Cat. D		Cat. E	
		Nombre	% dans total radio	Nombre	% dans total radio	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées
Ambazac	8	6	75 %	2	25 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	1	50 %	0	0 %
Argentat	6	4	67 %	2	33 %	1	50 %	0	0 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %
Arnac-Pompadour	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Bellac	7	4	57 %	3	43 %	1	33 %	1	33 %	0	0 %	1	33 %	0	0 %
Bourganeuf	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %
Brive-la-Gaillarde	23	5	22 %	18	78 %	3	17 %	2	11 %	3	17 %	7	39 %	3	17 %
Chalus	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	100 %
Egletons	6	4	67 %	2	33 %	1	50 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Limoges	33	6	18 %	27	82 %	6	22 %	3	11 %	3	11 %	11	41 %	4	15 %
Meymac	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %
Meysac	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Rochechouart	6	4	67 %	2	33 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	50 %

Source : CSA



Nom de la zone	Nombre total de radios	Répartition des services entre radios du service public et radios privées				Répartition des services privés par catégorie									
		Radios du service public entendues		Radios privées autorisées		Cat. A		Cat. B		Cat. C		Cat. D		Cat. E	
		Nombre	% dans total radio	Nombre	% dans total radio	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées
Royère-de-Vassivière	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Saint-Junien	10	4	40 %	6	60 %	1	17 %	1	17 %	0	0 %	3	50 %	1	17 %
Saint-Yrieix-la-Perche	6	4	67 %	2	33 %	2	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Terrasson-Lavilledieu	7	5	71 %	2	29 %	2	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Tulle	19	5	26 %	14	74 %	2	14 %	1	7 %	2	14 %	5	36 %	4	29 %
Ussel	16	5	31 %	11	69 %	2	18 %	1	9 %	0	0 %	5	45 %	3	27 %
Uzerche	8	5	63 %	3	38 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	3	100 %	0	0 %

Le 25 juillet 2018, le Conseil a lancé un appel aux candidatures FM portant sur la plupart des zones précédemment identifiées. Ainsi :

- une à trois nouvelles fréquences sont mises en appel dans les zones de Limoges, Meymac (1 fréquence), Tulle (2 fréquences) et Saint-Junien (3 fréquences) ;
- des autorisations d'émettre sont arrivées définitivement à échéance dans les zones d'Argentat, Bellac, Brive-la-Gaillarde, Egletons, Limoges, Saint-Junien, Saint-Yrieix-la-Perche, Tulle, Ussel et Uzerche ;
- l'appel porte également sur une fréquence devenue disponible dans la zone de Limoges suite à l'abrogation de l'autorisation délivrée à la SAS Regroupement des radios musulmanes de France-Radio Orient pour l'exploitation du service *Radio Orient*.



4.2. L'audience des radios autorisées

Période	Audience cumulée de la radio sur le plan national	Audience cumulée de la radio dans la zone de Limoges	Audience cumulée de la radio dans la zone de Brive-la-Gaillarde
2017-18	[70;80[%	[80;90[%	[80;90[%
2016-17	[70;80[%	[80;90[%	[80;90[%

➤ Zone de Limoges

Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Limoges

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
NRJ Limoges	[10;20[%	[10;20[%
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
Flash FM	[10;20[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
RMC	[5;10[%	[10;20[%
France Info	[5;10[%	[5;10[%
France Bleu Limousin	[5;10[%	[5;10[%
Skyrock	[0;5[%	[5;10[%
Nostalgie	[5;10[%	[5;10[%
Fun Radio	[5;10[%	[5;10[%

Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h

Les dix premiers services en part d'audience à Limoges

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
RMC	[5;10[%	[5;10[%
Flash FM	[5;10[%	[5;10[%
France Bleu Limousin	[5;10[%	[5;10[%
Europe 1	[5;10[%	[5;10[%
NRJ Limoges	[5;10[%	[5;10[%
Nostalgie	[0;5[%	[0;5[%
France Culture	[0;5[%	[0;5[%
France Info	[0;5[%	[0;5[%

Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h



➤ **Zone de Brive-la-Gaillarde**

Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Brive-la-Gaillarde

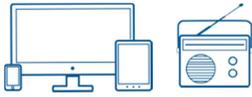
Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
NRJ	[10;20[%	[10;20[%
RMC	[10;20[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
Nostalgie	[5;10[%	[10;20[%
RFM Corrèze	[5;10[%	[5;10[%
Fun Radio	[5;10[%	[5;10[%
Virgin Radio Limousin	[5;10[%	[5;10[%
France Info	[5;10[%	[5;10[%
Skyrock	[5;10[%	[5;10[%

Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h

Les dix premiers services en part d'audience à Brive-la-Gaillarde

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
RMC	[10;20[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
RFM Corrèze	[5;10[%	[5;10[%
NRJ	[5;10[%	[5;10[%
Nostalgie	[0;5[%	[5;10[%
Fun Radio	[0;5[%	[5;10[%
Virgin Radio Limousin	[0;5[%	[5;10[%
France Bleu	[0;5[%	[0;5[%
Europe 1	[5;10[%	[0;5[%

Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h



4.3. L'apport du DAB + dans ces zones

Conformément à la feuille de route pour le déploiement du DAB+ publiée par le Conseil le 27 décembre 2017, plusieurs canaux sont susceptibles de faire l'objet d'un appel aux candidatures en 2019 dans la zone de Limoges : ils se rapportent soit à un allotissement de type étendu, soit à un allotissement de type local.

Comme indiqué *supra*, deux couches métropolitaines s'ajoutent à ces deux types d'allotissements et font déjà l'objet d'un appel aux candidatures lancé par le Conseil le 25 juillet 2018.

Ainsi, dans le bassin de vie de Limoges (inclus à la fois dans les deux couches métropolitaines, dans un allotissement étendu et dans un allotissement local), quatre canaux seraient *in fine* mis en appel (deux canaux correspondant aux couches métropolitaines, un correspondant à l'allotissement étendu et un correspondant à l'allotissement local) tandis qu'à l'extérieur de ce bassin de vie, trois canaux seraient mis en appel (deux canaux correspondant aux couches métropolitaines et un correspondant à l'allotissement étendu⁶).

Au regard des caractéristiques de la norme DAB+, seule désormais utilisable pour la diffusion de la radio numérique terrestre en bande III⁷, 13 services de radio au plus pourraient être autorisés sur chacun des allotissements « Limoges étendu » et « Limoges local », soit 13 services sur un même canal (c'est-à-dire sur une même ressource radioélectrique).

Quant aux couches métropolitaines, 24 services de radio au total ont été autorisés par le CSA le 24 avril 2019 (*cf. supra*).

Ainsi, dans le bassin de vie de Limoges, le Conseil pourrait *in fine* autoriser jusqu'à 50 services de radio en DAB+ à l'issue des appels (24 à l'échelle métropolitaine, 13 à l'échelle régionale et 13 à l'échelle locale) tandis qu'à l'extérieur de ce bassin de vie, 37 services de radio pourraient être autorisés en DAB+ (24 à l'échelle métropolitaine et 13 à l'échelle régionale).

Il est ici précisé que le Conseil est saisi par le Gouvernement d'une demande de réservation prioritaire au bénéfice de la société nationale de programme Radio France en vue de la diffusion de *France Bleu Limousin* dans l'allotissement « Limoges étendu » et qu'il examinera cette demande préalablement au lancement de l'appel envisagé.

Dès lors, l'enrichissement de l'offre dû au déploiement du DAB+ dans les zones constituant le périmètre de la présente étude d'impact serait potentiellement le suivant :

⁶ À compter de 2020, de nouveaux appels aux candidatures sont susceptibles d'être lancés par le Conseil afin soit d'élargir, sur le même canal, l'allotissement local de Limoges, soit de permettre le déploiement du DAB+ dans d'autres allotissements locaux, sur des canaux différents. Le Conseil publiera prochainement une feuille de route actualisée précisant les étapes suivantes du déploiement du DAB+.

⁷ La norme T-DMB a été retirée du cadre réglementaire par arrêté du 14 février 2019 modifiant l'arrêté du 3 janvier 2008 relatif à la radio diffusée en mode numérique par voie hertzienne terrestre ou par voie satellitaire en bande L ou en bande S fixant les caractéristiques des signaux émis.



	Enrichissement de l'offre du fait des couches métropolitaines	Enrichissement de l'offre du fait de l'allotissement étendu voire de l'allotissement local		Enrichissement total de l'offre	
		si tous les services déjà présents en FM sont autorisés en DAB+*	si aucun des services déjà présents en FM n'est autorisé en DAB+*	si tous les services déjà présents en FM sont autorisés en DAB+	si aucun des services déjà présents en FM et non retenus sur une couche métropolitaine n'est autorisé en DAB+
Limoges	+ 6 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 17 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
Ambazac	+ 18 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 29 nouveaux services	Au plus 30 nouveaux services
Argentat	+ 21 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Arnac-Pompadour	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Bellac	+ 20 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Bourganeuf	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Brive-la-Gaillarde	+ 10 nouveaux services	Au moins 4 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 14 nouveaux services	Au plus 22 nouveaux services
Chalus	+ 20 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Egletons	+ 21 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Meymac	+ 20 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Meysac	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Rochechouart	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Royère-de-Vassivière	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Saint-Junien	+ 17 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 27 nouveaux services	Au plus 29 nouveaux services
Saint-Yrieix-la-Perche	+ 21 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Terrasson-Lavilledieu	+ 20 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Tulle	+ 12 nouveaux services	Au moins 6 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 18 nouveaux services	Au plus 24 nouveaux services
Ussel	+ 12 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 21 nouveaux services	Au plus 24 nouveaux services
Uzerche	+ 17 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 29 nouveaux services	Au plus 29 nouveaux services

Un tel enrichissement de l'offre radiophonique apparaît contribuer au pluralisme, auquel le Conseil doit veiller, dans l'intérêt du public, sur l'ensemble du territoire national.



5. Les caractéristiques des marchés publicitaires locaux concernés

La présente étude se fonde sur le volume des investissements publicitaires en France métropolitaine mesurée par l'institut France Pub, par unité urbaine, en 2007, 2013, 2014, 2015, 2016 et 2017.

Parmi les 19 zones de planification FM précédemment identifiées au sein de l'allotissement étendu de Limoges, le Conseil dispose des données pour les unités urbaines de Limoges et Brive-la-Gaillarde⁸.

Le paysage radiophonique commercial local de ces zones se décompose de la manière suivante :

Zone	Paysage radiophonique local
Limoges	3 B : <i>Forum, Flash FM et Magic programme Alouette</i>
	3 C : <i>Chérie FM Limoges, NRJ Limoges et Virgin Radio Limousin</i>
Brive-la-Gaillarde	1 B : <i>Totem</i>
	3 C : <i>Canal 19 programme Chérie FM, RFM Corrèze et Virgin Radio Limousin</i>

Source : CSA

La présente étude ne prend pas en compte deux types d'acteurs :

- les éditeurs de catégorie A, dont l'impact potentiel sur le marché publicitaire local demeure marginal ;
- les stations locales de *France Bleu* dans la mesure où, d'une part, le régime publicitaire applicable à Radio France, même s'il a évolué en 2016⁹, devrait continuer à s'appuyer sur des plafonds fortement contingentés et peu comparables à ceux auxquels les radios privées sont assujetties et où, d'autre part, la société nationale de programme est essentiellement financée par le produit de la contribution à l'audiovisuel public¹⁰.

⁸ Unités urbaines dont la population est supérieure à 30 000 habitants.

⁹ Conformément au cahier des missions et des charges de Radio France, modifié notamment par le décret n° 2016-405 du 5 avril 2016, les services *France Inter*, *France Bleu* et *France Info* peuvent accueillir la plupart des annonceurs ; sont toutefois exclues les publicités pour toutes les opérations commerciales de promotion dans le secteur de la distribution. Par ailleurs, le temps maximal consacré à la diffusion de messages publicitaires sur ces antennes est fixé à 17 minutes par jour en moyenne semestrielle et à 30 minutes pour un jour donné.

¹⁰ En 2018, les recettes publicitaires de Radio France (recettes publicitaires hertziennes et messages d'intérêt général) représentaient 7,1 % de son chiffre d'affaires (source : communiqué de presse de Radio France du 19 avril 2019).



5.1. Étude du marché publicitaire de la zone de Limoges

➤ Volume global du marché publicitaire local

À Limoges, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [20;30[M€ (dont [5;10[M€ en direction des supports médias et [10;20[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [20;30[% par rapport à 2007. Ce volume représente un montant de [125;150[€ par habitant, dont [40;50[€ pour les médias.

Sur la même période, les dépenses moyennes en investissements publicitaires pour des unités urbaines de 100 000 à 200 000 habitants (groupe composé de 20 unités urbaines au total) sont de [20;30[M€ par unité urbaine, en diminution de [10;20[% par rapport à 2007 mais stables par rapport à 2015, avec une dépense moyenne de [125;150[€ par habitant.

La dépense média pour cette catégorie d'unités urbaines s'établit à [5;10[M€ en moyenne par unité urbaine (en baisse de [30;40[% par rapport à 2007 et de [0;5[% par rapport à 2016), soit une dépense moyenne de [40;50[€ par habitant.

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Limoges

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[30;40[[20;30[[20;30[[20;30[[20;30[[20;30[[-30;-20[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	<i>[175;200[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[-30;-20[%</i>
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[-10;-5[%
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[10;20[[10;20[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[-50;-40[%
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant (en €)</i>	<i>[75;100[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[-50;-40[%</i>

Source : France Pub

➤ Répartition par média

Évolution de la répartition des dépenses publicitaires médias dans la zone de Limoges (en M€)

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-80;-70[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-40;-30[%
Radio	[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[+10;+20[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-50;-40[%

Source : France Pub



Part de marché des différents médias dans la zone de Limoges

	2007	2013	2014	2015	2016	2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Radio	[5;10[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%
Internet	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : France Pub

Evaluées à plus de [20;30[M€ en 2017 dans la zone de Limoges, les dépenses publicitaires globales se situent légèrement au-dessus de la moyenne des dépenses publicitaires des unités urbaines de 100 000 à 200 000 habitants (soit [20;30[M€ en moyenne en 2017).

Tandis que les dépenses hors-médias ont faiblement reculé entre 2007 et 2017 ([-10;-5[%), on observe une forte contraction des dépenses médias ([-50;-40[% au cours de la même période).

Dans ce contexte, et alors que les dépenses publicitaires en direction de la presse, de l'affichage et du couplage TV/Cinéma ont chuté de l'ordre de [30;40[% à [70;80[% entre 2007 et 2017, les dépenses publicitaires radiophoniques ont augmenté de [10;20[%. La radio est ainsi le seul média « traditionnel » pour lequel les dépenses publicitaires ont progressé dans la zone de Limoges au cours des dix dernières années.

➤ **Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales**

Répartition des PDALC par régie publicitaire à Limoges

	Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans ¹¹	PDALC	
					Calcul par service	Total par régie
	<i>Magic programme Alouette</i>	B	Happy Média	[0;5[%	[0;5[%	[0;5[%
	<i>Flash FM</i>	B	Régie interne	[5;10[%	[40;50[%	[40;50[%
Groupe 1981	<i>Forum</i>	B	Régie 1981	NS*	NS*	NS*
NRJ Group	<i>Chérie FM Limoges</i>	C	NRJ Global Régions	[0;5[%	[5;10[%	[30;40[%
	<i>NRJ Limoges</i>	C		[5;10[%	[30;40[%	
Lagardère Active	<i>Virgin Radio Limousin</i>	C	LB Média	[0;5[%	[5;10[%	[5;10[%
	Total			[10;20[%	100 %	100 %

* NS : non significatif

¹¹ Septembre 2016-juin 2017 et septembre 2017-juin 2018. Source : Médiamétrie, Médiales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, de 5h à 24h.



Cinq régies publicitaires se partagent la commercialisation des espaces publicitaires radiophoniques dans la zone de Limoges. À elle seule, la régie de *Flash FM* enregistre près de la moitié des PDALC de la zone ([40;50[%). Avec deux services actifs sur le marché publicitaire limougeaud (contre un seul pour la régie de *Flash FM*), NRJ Global Régions réalise pour sa part une PDALC de [30;40[%. Les régies LB Média, Happy Média et Régie 1981 enregistrent toutes de leur côté une PDALC inférieure à 10 %.

5.2. Étude du marché publicitaire de la zone de Brive-la-Gaillarde

➤ *Volume global du marché publicitaire local*

À Brive-la-Gaillarde, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [10;20[M€ (dont [0;5[M€ en direction des supports médias et [5;10[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [10;20[% par rapport à 2007. Ce volume représente un montant de [150;175[€ par habitant, dont [50;75[€ pour les médias.

Sur la même période, les dépenses moyennes en investissements publicitaires pour des agglomérations de 70 000 à 100 000 habitants (groupe composé de 28 unités urbaines au total) sont de [10;20[M€ par unité urbaine, en diminution de [10;20[% par rapport à 2007 mais stable par rapport à 2016, avec une dépense moyenne de [125;150[€ par habitant.

La dépense média pour cette catégorie d'agglomérations s'établit à [0;5[M€ en moyenne par unité urbaine (en baisse de [30;40[% par rapport à 2007), soit une dépense moyenne de [40;50[€ par habitant.

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Brive-la-Gaillarde

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[-20;-10[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	[175;200[[125;150[[150;175[[150;175[[150;175[[150;175[[-20;-10[%
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[+10;+20[%
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[5;10[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[-40;-30[%
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant (en €)</i>	[75;100[[50;75[[50;75[[50;75[[50;75[[50;75[[-40;-30[%

Source : France Pub



➤ **Répartition par média**

Évolution de la répartition des dépenses publicitaires médias dans la zone de Brive-la-Gaillarde (en M€)

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-70;-60[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-20;-10[%
Radio	[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[+40;+50[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-50;-40[%

Source : France Pub

Part de marché des différents médias dans la zone de Brive-la-Gaillarde

	2007	2013	2014	2015	2016	2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Radio	[5;10[%	[5;10[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%
Internet	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : France Pub

Après être reparti à la hausse depuis 2013, le volume des dépenses publicitaires globales s'est légèrement contracté entre 2016 et 2017 dans la zone de Brive-la-Gaillarde ([-5;0[%), évaluées à [10;20[M€ en 2017, ces dépenses se situent malgré tout dans la moyenne des dépenses mesurées au sein des unités urbaines de taille comparable. En outre, la dépense publicitaire par habitant est bien plus élevée à Brive-la-Gaillarde qu'au sein des unités urbaines de taille équivalente ([150;175[€ contre [125;150[€).

Par ailleurs, bien que les dépenses médias aient fortement reculé au cours des dix dernières années (baisse de [30;40[% entre 2007 et 2017), les dépenses consacrées au média radio ont fortement progressé ([+40;+50[%). Dans la zone de Brive-la-Gaillarde, la radio est le seul média « traditionnel » en faveur duquel les dépenses des annonceurs ont augmenté depuis 2007.



➤ **Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales**

Répartition des PDALC par régie publicitaire à Brive-la-Gaillarde

	Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans ¹²	PDALC	
					Calcul par service	Total par régie
	<i>Totem</i>	B	Oxymedia	[0;5[%	[20;30[%	[20;30[%
	<i>Canal 19 programme Chérie FM*</i>	C	-	[0;5[%		
Lagardère Active	<i>RFM Corrèze</i>	C	LB Média	[5;10[%	[50;60[%	[70;80[%
	<i>Virgin Radio Limousin</i>	C		[0;5[%	[20;30[%	
	Total			[10;20[%	100 %	100 %

* Canal 19 programme Chérie FM ne diffusant pas, de fait, de publicités locales, la PDA de la radio n'est pas prise en compte dans le calcul des PDALC.

Deux régies exploitent le marché publicitaire radiophonique de Brive-la-Gaillarde : LB Média, qui commercialise les espaces publicitaires de deux services actifs dans la zone, enregistre une PDALC de [70;80[% tandis qu'Oxymedia, avec un seul service actif, réalise une PDALC de [20;30[%.

5.3. L'impact du déploiement du DAB+ sur ces marchés publicitaires

La ressource radioélectrique susceptible d'être mise en appel peut conduire à un accroissement du nombre de services de radio dans ces zones où le marché publicitaire est mesuré (cf. section 4). L'offre radiophonique totale serait ainsi enrichie, selon l'hypothèse retenue, de 17 à 31 services dans la zone de Limoges et de 14 à 22 services dans la zone de Brive-la-Gaillarde.

Compte tenu du niveau des ventes actuel des récepteurs DAB+ et de ses perspectives (section 3 de l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine publiée le 19 avril 2016 et actualisée les 24 mai 2017, 21 février 2018 et 15 mai 2019), l'impact du déploiement du DAB+ sur ce marché ne sera toutefois pas immédiat.

¹² Septembre 2016-juin 2017 et septembre 2017-juin 2018. Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, de 5h à 24h.



Par ailleurs, au-delà des observations générales relatives à l'impact du déploiement du DAB+ sur l'offre de programmes d'intérêt local (cf. section 3 de l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine publiée le 19 avril 2016 et actualisée les 24 mai 2017, 21 février 2018 et 15 mai 2019), l'impact de cet enrichissement pourrait être dilué. En effet, un service autorisé sur l'allotissement étendu de Limoges peut avoir un impact sur l'ensemble des marchés publicitaires locaux, que ces derniers soient mesurés ou non : si ce service diffuse déjà ses programmes en FM dans une des zones incluses dans l'allotissement étendu, l'impact de cette autorisation se limitera alors aux marchés publicitaires accessibles grâce à cet allotissement et qu'il ne couvre pas encore en FM.

En ce qui concerne l'évolution des investissements publicitaires, le Conseil dispose de données pour les unités urbaines de Limoges et Brive-la-Gaillarde. Dans un contexte de baisse des dépenses publicitaires globales, et plus particulièrement de forte contraction des dépenses publicitaires en direction des supports médias, la radio est, dans ces deux zones, le seul média « traditionnel » pour lequel les investissements des annonceurs ont progressé au cours de ces dix dernières années. Ainsi, entre 2007 et 2017, les dépenses publicitaires radiophoniques ont augmenté de [10;20[% dans l'unité urbaine de Limoges et de [40;50[% dans l'unité urbaine de Brive-la-Gaillarde.

Enfin, s'agissant de la situation concurrentielle de ces deux marchés radiophoniques, appréciée par le biais de la répartition des PDALC, cinq régies publicitaires se partagent le marché publicitaire radiophonique de Limoges (zone dans laquelle une régie parvient à réaliser, à elle seule, près de la moitié des PDALC de la zone), contre seulement deux à Brive-la-Gaillarde.



6. La santé financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les différents marchés publicitaires locaux au sein de l'allotissement étendu de Limoges

La présente étude se fonde sur les états financiers des exercices 2016 et 2017 des opérateurs de catégories B et C identifiés au sein de l'allotissement étendu de Limoges.

Les tableaux reproduits aux pages suivantes présentent les chiffres d'affaires globaux et les charges d'exploitation des éditeurs de services ainsi que le résultat net des sociétés titulaires des autorisations d'émettre. S'agissant plus particulièrement des opérateurs de catégorie C, ces informations peuvent également concerner des antennes et plaques locales sur le reste du territoire métropolitain.

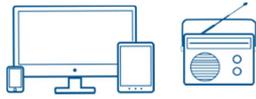


Étude d'impact DAB+ dans la zone de Limoges

(en K€)

Nombre de fréquences FM exploitées par le titulaire		Service	Cat.	Publicité locale		Publicité nationale		Chiffre d'affaires global du service			Charges d'exploitation du service			Résultat net du titulaire		
Dans le ressort du CTA de Clermont-Ferrand	Au sein de l'allotissement étendu de Limoges			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation
1	1	Flash FM (SARL Proximedia)	B	L-D : 1h49 et 30s	Régie interne	L-D : 2h03 et 30s	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	2	Forum* (Association GRAL)	B	L-D : 4h22	Régie 1981	L-D : 2h10	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
1	1	Forum* (SAS Forum)	B	L-D : 4h22	Régie 1981	L-D : 2h10	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
7	2	Jordanne FM (Association Radio Jordanne)	B	L : 1h19 M-D : 1h18	Régie interne	L : 1h18 M-D : 1h17	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
4	1	Magic programme Alouette (SARL As Com Promotion)	B	L-D : 4h22	Happy Media	L-D : 2h10	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
9	1	Totem (Association régionale d'Animation)	B	L-D : 1h50	Oxymedia	L-D : 1h46	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	2	Canal 19 programme Chérie FM (Association Radio Tulle)	C	Service ne diffusant pas de publicité		00h12/heure	NRJ Global	Documents comptables non fournis								
4	1	Chérie FM Limoges (SAS Chérie FM Réseau)	C	L-V : 00h53 S-D : 00h48	NRJ Global Régions	00h12/heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
4	1	NRJ Limoges (SAS NRJ Réseau)	C	L-V : 00h52 S-D : 00h48	NRJ Global Régions	00h12/heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
3	3	RFM Corrèze / RFM Vallée de la Dordogne (SASU RFM Régions)	C	L-V : 00h52 et 30s S-D : 00h45	LB Media	00h09/heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
11	2	Virgin Radio Limousin / Virgin Radio Brive-la-Gaillarde (SASU Virgin Radio Régions)	C	L-V : 1h00 S-D : 00h45	LB Media	00h10/heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

* Jusqu'en 2018, le service *Forum* était exploité par deux titulaires différents selon les zones de diffusion : l'association GRAL et la SAS Forum.



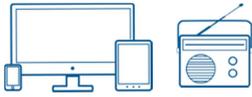
À titre liminaire, rappelons ici que les rapports d'activités transmis chaque année par les titulaires d'autorisations ne comportent pas tous le même degré de précision.

Au total, onze opérateurs sont identifiés dans le périmètre de l'allotissement étendu de Limoges (six en catégorie B et cinq en catégorie C), dont dix sont véritablement actifs sur les marchés publicitaires locaux¹³. Parmi ces dix opérateurs, [...].

En ce qui concerne le résultat net de ces dix opérateurs, [...].

Sur ce point, on relèvera cependant [en catégorie C] que ces opérateurs sont tous des filiales de réseaux à vocation nationale et sont donc adossés économiquement à leurs têtes de réseaux, qui non seulement sont susceptibles de répartir certaines des charges d'exploitation sur un nombre plus élevé de fréquences, mais agrègent aussi l'audience générée par chacune des fréquences exploitées avec une marque ombrelle en vue de l'exploitation du marché publicitaire national.

¹³ De fait, l'Association Radio Tulle (catégorie C) ne diffuse pas de publicités locales.



7. Conclusion

Le déploiement du DAB+ dans les départements de la Corrèze et de la Haute-Vienne pourrait conduire à l'enrichissement du paysage radiophonique du bassin de vie de Limoges de 17 à 31 nouveaux services. S'agissant des autres zones, non incluses dans l'allotissement local de Limoges, le paysage radiophonique serait enrichi de 14 à 33 services supplémentaires.

Un tel enrichissement de l'offre radiophonique apparaît renforcer le pluralisme, auquel le Conseil doit veiller, dans l'intérêt du public, sur l'ensemble du territoire national.

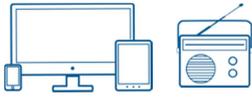
Si cet enrichissement de l'offre peut se produire dès la date de démarrage des émissions après que les autorisations auront été délivrées, l'impact sur l'audience et les marchés publicitaires locaux ne pourra devenir sensible qu'à moyen et long termes. Cet impact dépendra notamment du rythme de la montée en charge du niveau d'équipement des foyers en récepteurs DAB+, qui devrait s'accélérer au cours des prochaines années en raison de l'entrée en vigueur progressive des obligations d'intégration des puces DAB+ dans l'ensemble des récepteurs, et du caractère attractif de l'offre radiophonique nouvellement proposée aux auditeurs (qu'il s'agisse des nouveaux services autorisés dans chaque zone, mais aussi de la qualité du son, des potentialités offertes par la diffusion des données associées...).

En ce qui concerne l'analyse du marché publicitaire des principales zones incluses dans l'allotissement étendu de Limoges¹⁴, on notera que, dans un contexte de baisse des dépenses publicitaires globales, et plus particulièrement de forte contraction des dépenses publicitaires en direction des supports médias, la radio est le seul média « traditionnel » pour lequel les investissements des annonceurs ont progressé entre 2007 et 2017 dans les zones de Limoges ([+10;+20[%) et de Brive-la-Gaillarde ([+40;+50[%).

Enfin, si l'examen de la situation économique des opérateurs radiophoniques ayant accès aux marchés publicitaires locaux, qu'ils soient autorisés en catégorie B ou C, révèle que [...].

En ce qui concerne le résultat net de ces sociétés titulaires d'autorisations, [...]. [En catégorie C, cette] situation peut néanmoins s'expliquer par la spécificité du modèle économique des stations locales filiales de groupes nationaux : ces opérateurs sont en effet adossés économiquement à leurs têtes de réseaux, qui non seulement sont susceptibles de répartir certaines des charges d'exploitation sur un nombre plus élevé de fréquences mais agrègent aussi l'audience générée par chacune des fréquences exploitées avec une marque ombrelle en vue de l'exploitation du marché publicitaire national.

¹⁴ À savoir les unités urbaines de Limoges et Brive-la-Gaillarde.



Au vu des précédents éléments d'analyse, le déploiement du DAB+ dans les départements de la Corrèze et de la Haute-Vienne constitue une opportunité, tant pour les auditeurs, en raison notamment de l'enrichissement potentiel des programmes auxquels ils auront accès, que pour les éditeurs de services de radio. Ces derniers, dans un contexte où les marchés publicitaires apparaissent stabilisés ou, à tout le moins, en capacité de résistance, peuvent en effet trouver un relais de croissance dans le déploiement du DAB+. En outre, la montée en charge progressive de ce déploiement, en lissant dans le temps les différents impacts, contribue à la pérennité économique des acteurs.